
Catalogo percorsi formativi innovativi

- 1 **Workshop DataViz**
- 2 **Corso di Alta Formazione. Innovatori culturali: processi, pratiche e metodi**
- 3 **Summer School: I Media Digitali nella costruzione di comunità
e nell'attivazione di politiche di welfare**
- 4 ...
- 5 **Catalogazione, conservazione e promozione dei documenti
attinenti il Teatro d'Opera**
- 6 ...
- 7 **Teorie e tecniche della comunicazione audiovisiva e multimediale**
- 8 **Produzione di contenuti per i media digitali**
- 9 **Loading Freegile**

1 Workshop DataViz

Committente
UNIBO

Target
studenti dell'ultimo anno di Design del Prodotto Industriale
studenti del primo anno LM Advanced Design dell'Università di Bologna

Team docenti
Simona Colitti, Ami Licaj

Numero partecipanti al corso
30

Il workshop DataViz è un format strutturato per un target di studenti universitari.

Il format è stato testato su un gruppo di studenti triennali del Corso in Design del Prodotto Industriale e magistrali al primo anno del corso Advanced Design dell'Università di Bologna.

Il workshop ha l'obiettivo di fornire conoscenze di base di data visualization attraverso diversi step:

(30 min) Introduzione storica alla data visualization: lezione frontale

(30 min) Introduzione agli strumenti open selezionati per il lavoro di elaborazione di dati: lezione frontale

(60 min) Focus group sui temi selezionati per la visualizzazione da parte di ogni gruppo di studenti a scelta tra: Abitare, imprese e territorio, differenze di genere, editoria e formazione.

(90 min) Elaborazione della data visualization da parte degli studenti

(30 min) Presentazione per gruppi dei manifesti comunicativi creati dagli studenti

Modello di sostenibilità del corso

...

Obiettivo formativo e metodologia

Testare una nuova metodologia di analisi, attraverso open tools e open data, che sia trasmissibile e replicabile nell'ambito delle diverse discipline, sui temi di ricerca centrali nelle culture del progetto, nelle social sciences and humanities, nelle scienze della comunicazione e media e più diffusamente nella vita di tutti.

L'assunto è che anche se la mole di informazioni disponibili aumenta a ritmo vertiginoso, la mole di segnali utili alla nostra conoscenza non tiene lo stesso passo.

Tecnologie e/o laboratori impiegati per lo svolgimento del corso o laboratori utilizzati durante il corso

Social Innovation Lab DamsLab

2 Corso di Alta Formazione. Innovatori culturali: processi, pratiche e metodi

Committente

Dipartimento delle Arti, Università di Bologna

Target

Neo-laureati in lauree sociali, artistiche e umanistiche e professionisti del settore

Team docenti

Direttrice: Roberta Paltrinieri

Ente a cui è affidata la gestione del corso: Fondazione Alma Mater

Docenti: Roberta Paltrinieri, Anna Rosellini, Guglielmo Pescatore, Rossella Mazzaglia, Anna Scalfaro, Alberta Giorgi, Roberto Pinto, Giulia Allegrini, Giorgia Bonaga, Lucio Argano, Giorgia Boldrini, Francesca de Biase, Daniele Dal Pozzo

Numero partecipanti al corso

Minimo 10 – massimo 30

Il Corso di Alta Formazione, Innovatori culturali: processi, pratiche e metodi, include tre ambiti di interesse: 1) Management dello spettacolo e degli eventi artistici e culturali; 2) Lettere, storia, studi umanistici e artistici; 3) Comunicazione, web, social media. Il corso intende formare Innovatori culturali, una professione emergente, che nasce a seguito del dibattito aperto dall'Unione Europea sulle professioni della cultura e sulla funzione e valore sociale della cultura.

Modello di sostenibilità del corso

Il CAF ha la durata di 6 mesi e si svolge nell'arco di tempo da marzo ad ottobre 2022. La percentuale di frequenza obbligatoria è del 75% delle ore totali erogate (80 ore). I CFU erogati sono 16 totali.

Non prevede uditori. Non sono disponibili borse di studio.

La sede di svolgimento del corso è Bologna, al Dipartimento delle Arti, DAMSlab.

Il costo del CAF per ogni partecipante è 1.500,00 euro.

Obiettivo formativo e metodologia

L'innovatore culturale è una professione culturale di alto profilo, che opera all'interno delle imprese culturali, negli enti pubblici, nelle associazioni, capace di:

- 1 unire metodi e tecniche della partecipazione, della co-progettazione e dell'ingaggio delle proprie audience e dei propri stakeholder alle conoscenze disciplinari del proprio settore di riferimento;
- 2 attivare processi di crescita sostenibile dei territori a partire dalle arti performative, medialità e visuali intese come dispositivi culturali creatori di benessere economico e sociale, nei campi della

programmazione culturale, della rigenerazione urbana, del welfare culturale.

Il corso forma l'innovatore culturale alle seguenti competenze:

- 1 sapere analizzare l'ambiente culturale di riferimento
- 2 sapere leggere le potenzialità e gestire lo sviluppo di connessioni e integrazioni tra contesti e attori (organizzazioni culturali, cittadini, enti pubblici e referenti della policy) rispetto al welfare culturale e all'audience engagement
- 3 sviluppare conoscenze nel campo teorico e metodologico che siano in grado di supportare le imprese culturali e creative, le pubbliche amministrazioni e le associazioni di terzo settore dedicate al tema, in percorsi di crescita organizzativa anche attraverso percorsi di co-progettazione, co-design e analisi di impatto,
- 4 conoscere strumenti utili all'attivazione di processi e dispositivi creativi e innovativi tesi a generare engagement, partecipazione culturale e programmazione

Tecnologie e/o laboratori impiegati per lo svolgimento del corso o laboratori utilizzati durante il corso

Lezioni frontali

3 Summer School: I Media Digitali nella costruzione di comunità e nell'attivazione di politiche di welfare

Committente

Dipartimento delle Arti, Università di Bologna
Scuola Achille Ardigò del Comune di Bologna
Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali, Università di Urbino

Target

La Summer School si rivolge a personale amministrativo del Comune di Bologna coinvolto nelle aree del Welfare e a tutte le associazioni di volontariato iscritte al registro delle Libere Forme Associative del Comune di Bologna.

Team docenti

Direttrice: Roberta Paltrinieri
Docenti: Giacomo Manzoli, Luca Barra, Giovanni Boccia Artieri, Elena Esposito, Mauro Moruzzi, Giancarlo Corsi, Maria Adele Mimmi, Giovanna Cosenza, Michele Sorice, Guglielmo Pescatore, Michele D'Alena, Giulia Allegrini, Giulia Ganugi, Elisabetta Zurovac

Numero partecipanti al corso

18 partecipanti: sistema integrato dei servizi della Città Metropolitana di Bologna.
17 partecipanti: libere forme associative della Città Metropolitana di Bologna.

La Summer School "I Media Digitali nell'attivazione di Welfare di Comunità" intende fornire un insieme di strumenti e di materiali utili per la comprensione e lo studio dell'uso e della diffusione dei media digitali per la costruzione di una relazione tra soggetti, individuali e collettivi, della società civile bolognese al fine di una costruzione di un modello di welfare di comunità digitalmente assistito. In quest'ambito sarà posta particolare attenzione alla

coprogettazione sociale in rete e alla costruzione di relazioni tra soggetti, individuali e collettivi, della società locale.

Modello di sostenibilità del corso

Il corso è finanziato dal Dipartimento delle Arti e dal Comune di Bologna, risultando così gratuito per i partecipanti, i quali però hanno l'obbligo di frequenza, in quanto la spesa sostenuta da Università e Comune è un investimento per il benessere sociale, culturale ed economico della collettività.

Il corso è organizzato in moduli che comprendono lezioni magistrali tenute da docenti, professionisti e ricercatori e attività laboratoriali.

Le lezioni magistrali saranno tenute al mattino dalle ore 9 alle ore 13, nei giorni compresi tra il 6 e il 10 settembre 2021, presso il Palazzo Marescotti, Via Barberia 4.

Le attività laboratoriali si svolgeranno nel pomeriggio dalle ore 14 alle ore 17 presso Palazzo Marescotti Via Barberia 4 e Aule del DAMSLab, piazzetta Pasolini n. 5.

Obiettivo formativo e metodologia

Il corso è suddiviso in più moduli, volti rispettivamente all'acquisizione di conoscenze teoriche sul tema, alla condivisione di esperienze e all'esercitazione pratica delle conoscenze apprese.

Gli argomenti coperti dalle lezioni magistrali riguardano:

- 1 La società digitale come la tecnologia modifica le relazioni tra gli attori del sociale;
- 2 Social Media Innovation Lab: una ricerca a Bologna;
- 3 Il ruolo degli ecosistemi narrativi nella costruzione degli immaginari sociali;
- 4 Metodi collaborativi, la co-progettazione come metodo per il Welfare;
- 5 Algoritmi, bolle, mainstream e senso di comunità nel sistema dei media contemporaneo;
- 6 I media digitali e la costruzione di cittadinanza con l'obiettivo di definire le pratiche di community nella platform society;
- 7 La rete come sistema sociale e applicazioni nell'ambito del Welfare italiano;
- 8 Politica, società civile ed uso dei social media;
- 9 Civic engagement e gli strumenti digitali utilizzati per la costruzione e gestione di comunità di sostentamento, auto aiuto e di progettazione civica.

Le attività laboratoriali sono dedicate a:

- 1 Co-progettazione e co-design di modelli e pratiche comunicative efficaci per un welfare di comunità digitalmente partecipato;
- 2 Presentazioni di case histories e testimonianze di forme comunicative e gestionali digitali di civic network e di forme informali di welfare cittadino

Tecnologie e/o laboratori impiegati per lo svolgimento del corso o laboratori utilizzati durante il corso

L'obiettivo delle attività laboratoriali è la produzione di un project work per ogni gruppo, volto alla realizzazione di un servizio di welfare ibrido (territoriale e digitale) e partecipato.

Ogni sessione sarà avviata da un esercizio "rompighiaccio", nutrita da case histories e testimonianze e proseguita con il lavoro laboratoriale a gruppi, sviluppando così un processo di co-design e co-produzione dei progetti finali.

I laboratori si avvarranno di metodologie di laboratorio partecipato e di co-progettazione. Da un punto di vista tecnologico, seppure la summer school si svolgerà in presenza durante i laboratori tutti i partecipanti potranno fare uso e sperimentare quanto in progettazione sui loro smartphone, computer portatili e/o tablet. Inoltre, i laboratori dedicheranno parte del lavoro all'apprendimento dell'utilizzo dei social network (facebook, instagram, linkedin, twitter, youtube, ecc.) al fine di digitalizzare sempre più la progettazione politica e la realizzazione di progetti culturali.

5 Catalogazione, conservazione e promozione dei documenti attinenti il Teatro d'Opera

Committente

Fondazione del Teatro Comunale di Bologna

Team docenti

Paolo Bonora

Target

Figure in formazione del ciclo terziario: studenti universitari, di conservatorio, specializzandi e dottorandi.

Figure incaricate della conservazione di archivi presso musei, enti o teatri.

Numero partecipanti al corso

Max. 5 per ciclo di 5 incontri di 4 ore ciascuno.

Il workshop è pensato come esperienza formativa attraverso la sperimentazione sul campo delle metodologie presentate.

I contenuti formativi vanno dalle nozioni generali di organizzazione dei materiali attinenti il melodramma.

Una introduzione al modello concettuale FRBR e alle pratiche di descrizione da essi derivate.

L'individuazione del repertorio e della cronologia degli spettacoli come chiavi di ordinamento e dei metadati necessari a descrivere le diverse tipologie

di documento. L'applicazione degli elementi teorici avviene operando direttamente sui materiali impiegando le tecnologie e gli strumenti presenti presso il laboratorio.

Modello di sostenibilità del corso

...

Obiettivo formativo e metodologia

Il workshop offre ai partecipanti la possibilità di sperimentare la varietà di problematiche che si pongono nella gestione di queste tipologie di materiali, nella costruzione di un archivio che risponda sia alle esigenze di conservazione che di accesso da parte degli utenti e di sviluppare le competenze multidisciplinari necessarie per risolverle efficacemente.

Tecnologie e/o laboratori impiegati per lo svolgimento del corso o laboratori utilizzati durante il corso

Il workshop si tiene presso il laboratorio allestito per il progetto Scatti d'Opera presso il Museo e Biblioteca Internazionale della Musica.

7 Teorie e tecniche della comunicazione audiovisiva e multimediale

Committente

Conservatorio di Cuneo

Target

Studenti di Conservatorio/ universitari/ professionisti legati al mondo della composizione di audio per prodotti audiovisivi

Team docenti

Giacomo Albert

Numero partecipanti al corso

14

Il corso illustra la funzione dell'audio nei prodotti multimediali e nel contempo introduce gli studenti all'ideazione e alla gestione di sonoro per la produzione di audiovisivi. Intende sia enucleare i fondamenti teorici dell'audiovisione (e delle diverse teorie che la connotano, Chion, Cook, Landon, etc), sia far lavorare in maniera pratica gli studenti, che, modificando il sonoro di prodotti audiovisivi esistenti, riflettono sui concetti che di volta in volta sono stati enucleati dalle analisi condotte a lezione.

Modello di sostenibilità del corso

...

Obiettivo formativo e metodologia

Lo studente al termine del corso acquisisce competenze relative all'ideazione, alla pianificazione, alla composizione e alla gestione di musica e audio per prodotti multimediali. L'obiettivo è duplice: il corso si propone sia di insegnare a leggere l'audiovisione, facendo comprendere agli studenti funzione e ruolo e della dimensione sonora nei prodotti multimediali, sia di introdurre alla creazione e alla gestione dei multimediali.

Data la natura complessa e non lineare dell'audiovisione e delle sue teorie, il corso si è tenuto in forma laboratoriale/interattiva. Il laboratorio è stato suddiviso in 10 moduli di 3 ore ciascuno. Ogni modulo è pensato a partire da un concetto specifico (es. relazione tra musica ed emozione, → introduzione dei concetti della teoria dell'audiovisione quali empatico/anempatico, mood, etc; oppure, relazione tra musica e narrazione → introduzione dei concetti della teoria dell'audiovisione quali diegetico/extradiegetico, clichée, elastic music, etc). Nelle due ultime ore di ciascun modulo il docente analizza assieme alla classe alcune scene esemplari di costruzione audiovisiva legati ai concetti cui la lezione specifica è dedicata (es. esempi di musiche empatiche o anempatiche, etc), da cui distilla ed enuclea i concetti specifici; poi, a casa, gli studenti hanno il compito di comporre nuovo audio da sincronizzare sulle scene

viste a lezione e di consegnarlo prima della lezione successiva al docente e ai loro colleghi. La prima ora della lezione successiva è dedicata all'analisi e alla discussione collettiva degli esempi prodotti di volta in volta dagli studenti.

Tecnologie e/o laboratori impiegati per lo svolgimento del corso o laboratori utilizzati durante il corso

Il docente ha a disposizione un computer e un proiettore, per mostrare di volta in volta slide, scene di film (con o senza audio) e clip realizzate dagli studenti (e da lui stesso). Inoltre ciascuno studente ha un computer, in maniera tale da poter realizzare gli esempi in autonomia. Ciascuno studente può scegliere gli strumenti più appropriati per la creazione di prodotti musicali, secondo le sue proprie inclinazioni. Il docente, a lezione, adopera programmi scaricabili gratuitamente dalla rete (Pure Data, Audacity, ...), in maniera tale da permettere agli studenti che non hanno già dimestichezza con i programmi di composizione di musica elettronica e di gestione dei prodotti multimediali di avere un accesso aperto e gratuito ai materiali con cui lavorare.

8 Produzione di contenuti per i media digitali

Committente

Unibo (CdL CITEM)

Target

Studenti universitari

Team docenti

Marta Rocchi

Numero partecipanti al corso

30

Il corso fornisce gli elementi di contesto, i principi e gli strumenti metodologici che permetteranno agli studenti di acquisire le competenze necessarie per partecipare a progetti di ideazione, produzione e gestione di contenuti digitali. Il corso è stato organizzato intorno ai seguenti blocchi tematici:

Internet e media digitali

Social media

CMS

Content strategy

Content design

Content creation

Developing an audience

Measuring the success

Emotion driven design

UX writing

SEM (SEO e SEA)

Modello di sostenibilità del corso

...

Obiettivo formativo e metodologia

Lo studente al termine del corso acquisisce competenze relative all'ideazione, alla pianificazione e alla gestione di contenuti per il Web, con particolare riferimento al nuovo assetto produttivo e distributivo dell'attuale panorama mediatico, dalle forme di produzione collaborativa del Web 2.0 agli User Generated Content.

Tecnologie e/o laboratori impiegati per lo svolgimento del corso o laboratori utilizzati durante il corso

Durante il corso sono intervenuti con delle lezioni/ presentazioni/esercitazioni sia professionisti del settore sia ricercatori del CRICC (Simona Colitti, Davide Giorgetta, Marco Pezzi)

9 Loading Freegile

Committente

Seneca srl Impresa Sociale

Target

Dirigenti e manager di azienda

Team docenti

Matteo Gambini, Valentina De Matteo

Numero partecipanti al corso

12

Loading Freegile® è un progetto di formazione e accompagnamento per lo sviluppo del capitale umano e del potenziale innovativo di persone e organizzazioni. Esso si compone di tre azioni: infusione, facilitazione, personalizzazione. L'azione di infusione consiste nell'organizzazione di laboratori di co-creazione per condividere gli obiettivi del percorso con i partecipanti e raccogliere le loro aspettative rispetto ai temi dell'innovazione. L'azione di facilitazione è un percorso formativo di 40 ore innovativo nel suo genere mirato all'acquisizione di skill trasversali per trasferire ai partecipanti approcci e pratiche

orientate all'imparare a imparare. L'azione di personalizzazione è un'iniziativa di accompagnamento di 12 ore per aziende selezionate per implementare concretamente nel proprio contesto alcuni processi abilitanti l'innovazione in base a quanto appreso nel percorso formativo

Modello di sostenibilità del corso

La progettualità proposta da Seneca Srl – Impresa Sociale si fonda su tre driver fondamentali in coerenza con il modello di Open Social Innovation:

- 1 **Infusione:** le iniziative di ingaggio, formazione e accompagnamento hanno l'ambizione di aggregare mondo profit e no profit. Benchè le caratteristiche dei due modelli di business siano profondamente differenti tra loro, si ritiene che il tema dell'innovazione sociale possa costituire un *buffer zone*, zona di contatto e di sinergia, presidio chiave sia come laboratorio di innovazione sia come estensione della catena di produzione del valore, sia ancora come capacità di governare processi complessi che riguardano non una singola unità organizzativa ma un sistema di stakeholder e relazioni nel suo complesso. L'ambizione è quindi costruire un ecosistema non contrappositivo ma inclusivo in cui gli "innovatori sociali" possano apportare elementi di trasformazione profonda caratterizzata da sperimentazione, *learning by doing* e cross-fertilizzazione.
- 2 **Facilitazione:** attraverso la convergenza di comunità e cooperazione è possibile osservare fenomeni di "comunitarizzazione" nel campo delle pratiche di gestione del lavoro in termini di processi e competenze. Verificata tale condizione, la strada del cambiamento organizzativo orientata alla comunitarizzazione conduce verso il ripensamento dei modelli gestionali in ottica di connettività intersettoriale e multilocale. Questo è reso possibile dalla costruzione di un set di competenze "abilitanti", trasversali rispetto alla specificità della struttura imprenditoriale di provenienza. Tradizionalmente codificate sotto l'ambito delle cosiddette "soft skill", nel modello di innovazione sociale proposto da Seneca Srl esse si evolvono verso la dimensione di "*real skill*", set di abilità cognitive, emotive e relazionali di base, che consentono alle persone di operare con competenza sia sul piano individuale sia su quello sociale. Esse permettono di acquisire un comportamento versatile, innovativo e adattivo per affrontare la non-linearità delle interazioni e dei modelli socio economici contemporanei. Secondo le previsioni del World Economic Forum le "real skill" saranno quelle maggiormente distinte

per la workforce 2030, soprattutto a fronte dell'automazione massiva che vedrà coinvolte diverse categorie professionali. Il trend dell'automazione non è tuttavia l'unico a dover essere preso in considerazione. Le sfide legate a sostenibilità, urbanizzazione, fragilità sociale, incertezza geopolitica, innovazione tecnologica, globalizzazione ed evoluzione demografica evidenziano ancora di più la necessità di sviluppare competenze trasversali e "facilitanti" che abilitino le persone a "imparare a imparare" rapidamente e con mindset adattivo.

Personalizzazione: la fase di applicazione dei contenuti formativi alle realtà organizzative di provenienza è un passaggio cruciale nella costruzione di roadmap concrete di innovazione sociale nelle aziende partecipanti. Per questo si ritiene fondamentale predisporre azioni di accompagnamento personalizzate che tengano conto della specificità di ogni contesto e che abilitino nel lungo periodo alla creazione di pratiche orientate alla cooperazione interaziendale

Obiettivo formativo e metodologia

Il progetto è un percorso formativo con l'obiettivo di educare dirigenti e manager di azienda all'innovazione sociale, la metodologia si basa sul modello Open Social Innovation.

Seneca ha predisposto per il progetto un pool ibrido di professionisti esperti caratterizzati da alta specializzazione ed expertise nell'ambito dei temi core dell'iniziativa. Professionisti e docenti provenienti dal mondo accademico, del profit e del non profit.

Tecnologie e/o laboratori impiegati per lo svolgimento del corso o laboratori utilizzati durante il corso

Aule e spazi di Seneca Impresa Sociale.